

ABSTRAK

GAMBARAN MOTIVASI MEMBELI PRODUK *DIECAST HOT WHEELS*
PADA ANGGOTA KOMUNITAS TOMOCI (*TOYS AND MODEL*
COLLECTOR INDONESIA)

Timotius Ruel Parlindungan Pasaribu

Program Studi Psikologi

Diecast toys atau yang lebih sering dikenal dengan nama *diecast* yaitu produk dengan bahan dasar besi dan gabungan plastik, berskala kecil yang saat ini banyak penggemarnya dari kalangan muda hingga yang tua. Ada beberapa dari mereka ada yang juga menjadi kolektor dengan membeli *diecast* meskipun harganya sangat mahal. Tujuan Penelitian Ini mengetahui gambaran motivasi membeli produk *diecast hotwheels* pada anggota komunitas Tomoci (*toys model and collector Indonesia*). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan 100 responden. Alat ukur berbentuk skala yg disusun berjumlah 36 item valid dengan nilai reliabilitas ($\alpha = 0,828$). Dari hasil penelitian lebih banyak yang membeli karena motivasi emosional (57%), dimensi dominan dari motivasi membeli yaitu dimensi emosional. Temuan lain dalam penelitian ini bahwa yang membeli dg motivasi emosional lebih banyak pada mereka yang berusia dibawah 20 tahun dan yang diatas 20 tahun, lama menjadi anggota 1-2 tahun dan jumlah *diecast* yang dimiliki kurang dari 3 atau lebih.

Kata Kunci: Motivasi Membeli, Emosional, Rasional, Tomoci, *Diecast Hot Wheels*

ABSTRACT

*AN OVERVIEW OF MOTIVATION TO BUY DIECAST HOTWHEELS
PRODUCTS FOR MEMBERS OF THE TOMOCI COMMUNITY (TOYS AND
MODEL COLLECTOR INDONESIA)*

Timotius Ruel Parlindungan Pasaribu

Study Program Psychology

Diecast toys, or more commonly known as diecast, are small-scale products made of iron and plastic combined, which currently have many fans from young to old. There are some of them who also become collectors by buying diecast even though the price is very expensive. The purpose of this study is to describe the motivation to buy hotwheels diecast products among members of the Tomoci community (Indonesian toys model and collector). This research is descriptive quantitative research, using accidental sampling technique, with 100 respondents. The measuring instrument in the form of a scale compiled is 36 valid items with a reliability value ($\alpha = 0.828$). From the research results, more people buy because of emotional motivation (57%), the dominant dimension of buying motivation is the emotional dimension. Another finding in this study that those who buy with emotional motivation are more in those aged under 20 years and over 20 years old, have been members for 1-2 years and the number of diecasts they have is less than 3 or more.

Keywords: Motivation to Buy, Emotional, Rational, Tomoci, Diecast Hot Wheels